

短视频赛道，行业媒体该如何破局？

□本报记者 朱小苗

在前不久的2025短视频创作与传播大会上，2025行业媒体短视频大赛结果揭晓，共有155件作品获奖，其中一等奖15件。

中国记协书记处书记殷陆君在会上强调，未来，行业媒体要持续以短视频为突破口，认真宣传贯彻党的二十大精神，推动主流媒体系统性变革，力争成为引领全国短视频创作的重要风向标，为各行业繁荣发展注入新动能。

行业媒体的短视频之路该怎么走？《中国新闻出版广电报》记者深入采访了短视频大赛斩获一等奖的部分报社，探寻行业媒体在短视频领域的发展经验。

打造适合合作的运行机制

“转型给我们带来的经验就是不要纠结，先干起来再说。”中国气象报社新媒体中心主编王若嘉分享了中国气象报社能够做出《听见》《大运十二时辰》两个一等奖获奖短视频的经验，“我们依托行业垂直管理优势，不断发挥‘领唱’作用。连续组织7届气象短视频创作观摩活动，鼓励全国气象短视频创作团队参赛比拼，以赛代练，挖掘人才。正是在这样积极轻松的创作氛围中，中国气象报社的获奖作品《听见》得以诞生。”

除了提供宽松的环境外，灵活的合作机制也是创作的一大优势。“如今，我们打破部门和岗位分工界限，围绕重点报道任务组建项目组，推动内容生产向专业

化、垂直化、细分化方向发展。”《人民铁道》报社移动传播中心副主任蔡晶晶说道。作为两个一等奖短视频《现场直击！时速350公里，正式开通运营！》《列车驶入夏日调色盘》的亲身创作者，她对近年来的媒体深度融合进程感受颇深。“一个好的短视频的创作很多时候要经过多方合作来完成，《列车驶入夏日调色盘》是与我们与全国9个铁路局记者站联动拍摄完成的。通过航拍、延时摄影等技术，真实记录列车穿越山林湖泊、戈壁高原等场景的动态画面。这1分24秒的内容，耗时一个半月才得以完整呈现。”

一个成功的创意能事半功倍

“最难的永远是那个最初的、闪耀的创意。”检察日报社“正义酷”栏目组成员跟记者谈起了报社一等奖获奖作品《一梦千年天青色》的创作历程。“前期的策划选题环节是整个项目的灵魂，我们需要在文化内涵、法治专业、大众审美和技术可行性之间找到一个完美的平衡点。就像《一梦千年天青色》，我们不仅要懂汝瓷的历史和美学，要精准理解检察履职的要点，还要思考如何用视觉语言让观众在短短几分钟内产生共情。可以说，一个成功的创意策划，能让后续的所有技术工作事半功倍。”

《一梦千年天青色》巧妙借鉴了“文物拟人化”的叙事方式，创作出“汝瓷少女”这一角色，让她作为穿越千年的

使者，连接起宋徽宗的审美梦境与当代检察官的守护实践。“群众关心什么，我们就关注什么。一个好的新媒体策划不仅仅要传播好，而且要能引发广泛的讨论，在宣传的同时兼顾普法，自然而然地实现法治精神的传播与检察公信力的塑造。”栏目组成员说。

“随着新媒体信息越来越同质化、海量，我们坚信有专业价值的内容才是真的稀缺资源。但是专业内容如何叫好又叫座，是当下面临的难点。”《中国教育报》记者任赫将网感总结为有意思、有共鸣、有服务三个关键词，本次获得一等奖的音乐作品献礼教师节40周年主题MV《你从光中走来》，就是紧扣这三个关键词进行选题。

《中国教育报》记者贾文艺谈道：“创作时我们发现，在教师节这个节点，相比典型报道、惠师政策、暖心故事等，社会各界表达感恩的温暖慰藉更能关照教师与全社会情绪，能满足人们在这一节点的核心需求，于是我们决心打造一个温暖的、打动人心的、适合被作为祝福转发的新媒体作品。”《你从光中走来》由华中师大师生创作词曲，邀请武汉市青山区钢花小学花儿合唱团进行演唱，将师生间的真挚情感娓娓道来。

精细化推送实现传播效果最大化

创作出好作品后，该如何让作品有更好的传播效果，这是短视频团队都在

紧密关注的问题。

“根据作品特点，我们会在发布后1小时、24小时、1周等关键节点记录数据，通过数据表现反推选题规律、‘爆款基因’，从而实现稳定、高效的内容产出与增长，以闭环思维实现良性循环。”蔡晶晶表示，《人民铁道》报社多条爆款视频的推出绝非偶然，而是建立在对内容和数据的反复积累打磨上。

王若嘉则引入了“产品经理”这一概念，她说：“当我把自己定位为短视频的‘产品经理’而不仅是‘内容编辑’时，挑战就变成了一个系统工程。一条视频从创意到产生影响力，需要经历多个环节，任何一个齿轮的卡顿都可能影响最终效果。作为媒体从业者，我们要做的就是克服各种不同情况下的挑战，将视频效果进行最好的呈现。”

对于视频内容的投放与运营，检察日报社颇有心得。“正义酷”栏目组相关负责人介绍，他们在短视频平台，会着力于提炼内容的“黄金前三秒”，迅速抓住用户注意力；在中长视频平台则紧密依托社交链与关系网，内容设计上更侧重于引发共鸣、促进分享；而综合资讯平台上，用户带有明确的“信息获取”预期，他们的策略就变成“精准回应”，内容力求逻辑清晰、观点鲜明。“通过这种精细化的分发，我们确保同一核心内容能在不同土壤中，都以最适宜的姿态生根发芽，实现传播效果的最大化。”

出版业IP运营优秀案例在海南发布

本报讯（记者李美霖）近日，在2025海南国际知识产权交易大会上，中国新闻出版研究院和海南省版权协会联合发布了出版业IP运营优秀案例及《出版业IP授权与运营报告》。

10个机构品牌IP、9个出版品牌IP、8个图书IP、5个文化IP入选优秀案例。其中，机构品牌IP类是基于机构出版定位，通过文创、研学等各类形式

提升机构IP影响力的案例，故宫出版社故宫文创、人民文学出版社文学文创、中央编译出版社红色文创等案例入选；出版品牌IP类为基于出版机构积累形成的出版品牌，并对此品牌不断进行延伸、立体开发的案例，朝华出版社“美猴王”系列、二十一世纪出版社集团“吴有用上学记”功能性儿童文学、辽宁美术出版社“最美西游”传统文化等

案例入选；图书IP类为基于畅销图书、爆款单品进行IP延伸开发的案例，一未文化传媒有限公司《人世间》、四川少年儿童出版社《米小圈》等案例入选；文化IP类为依托自身独特资源如文旅、文博、地方文化等，进行IP延伸开发的案例，河南教育电子音像出版社“千古风流人物”系列、接力出版社龙吨吨等案例入选。

数据安全与产业创新的平衡之道

□王春美

在数字经济高速发展的今天，互联网广告已成为信息传播和商业推广的重要手段，而数据作为其核心生产要素，正面临隐私泄露、算法黑箱、垄断争议等多重挑战。由河北大学新闻传播学院教授张艳撰写的《互联网广告数据治理研究》一书以系统性视角剖析了这一领域的核心矛盾，该书作为国家社会科学基金项目“中国互联网广告数据治理体系构建研究”最终成果，为政策制定者提供了理论框架，也为行业实践者厘清了合规边界。

聚焦核心议题 剖析行业现状与挑战

该书深入剖析了互联网广告行业数据治理的核心议题，指出当前我国互联网广告行业的数据失范行为，主要体现在用户数据滥用、流量数据造假以及算法歧视、算法黑箱等方面。这些问题的存在，不仅损害了用户合法权益，破坏了市场公平竞争环境，甚至引发了公众对互联网广告行业的信任危机。尽管我国已出台《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，但在具体落实到互联网广告行业时，尚需更为适配的具体原则与路径指引。行业主体之间的责任界定模糊，缺乏统一的行业规范与数据标准，数据监测评估体系不够科学透明，这些问题都使得互联网广告行业数据治理面临着严峻挑战。

《互联网广告数据治理研究》一书通过对政府监管部门、行业资深从业者以及专家学者等进行深度访谈，详细梳理了互联网广告行业数据治理的现状与问题，为后续理论构建与实践探索奠定了坚实基础。书中不仅列举了众多典型行业案例，还深入剖析了这些问题背后的深层原因，彰显出互联网广告行业数据治理的复杂性与紧迫性。

多学科融合 构建系统性治理框架

该书采用多学科融合的研究视



作者：张艳
出版社：科学出版社
定价：98元
ISBN：978-7-03-079844-2

角，综合运用广告学、传播学、管理学、信息学等诸多学科知识和研究方法，对互联网广告数据治理问题进行全方位、多层次的探讨。书中基于数据治理理论和协同创新理论，结合国际实践经验与国内现实状况，提出构建建跨行业、跨层级的数据治理模式，强调政府、社会和行业组织的协同共治，充分发挥各方优势与作用。政府发挥数据治理的主导作用，为行业主体提供事前合规指引和事后归责框架；行业组织负责推动数据标准与规范的建立，协调各方利益关系；互联网广告平台、广告主及广告代理公司等市场主体亟须加强自我规制，确保数据应用的合规与有序；第三方数据监测机构发挥监督作用，保障数据监测环境的公平公正。

这种多元主体协同共治的模式，能够有效降低治理成本，提高治理效率，实现互利互补。书中提出构建数据治理共同体的理念，将以一种崭新的思维方式，为优化我国互联网广告行业数据治理，实现行业协同共治、全员参与以及智能协作提供新的理论视角和方法论支持。

理论与实践并重 促进行业合规发展

《互联网广告数据治理研究》一书对于我国互联网广告行业健康发展具有重要的理论贡献和实践价值。书中不仅深入探讨了互联网广告数据治理的理论问题，还紧密结合行业实践，提出具有创新性和可操作性的治理路径。针对互联网广告行业几类主要数据失范问题，提出“用户信息保护多元主体协同治理路径”“互联网广告信息分发算法的智能技术规制”“互联网广告行业数据标准与监测评估体系构建”等具体举措。这些举措为互联网广告行业数据治理提供了理论指引与实践参考。

书中还特别强调了智能技术在互联网广告数据治理中的重要应用。在数字技术快速发展的当下，智能技术为数据治理提供了新的手段与工具。通过建立权责明晰的问责机制、数据治理制度保障及法律保障机制，加强智能技术在数据治理中的应用，能够使互联网广告行业面对技术环境变化做出灵活而迅速的响应，确保数据治理的动态化与可持续性。

总体而言，该书是理论与实践深度结合的专业性研究成果，具有较强的理论价值和现实意义。高质量的数字新质生产力发展离不开高效能的数据治理，高效能的数据治理要在保障数据安全的前提下，推动数据资源有序开发、合法利用，《互联网广告数据治理研究》一书为互联网广告领域数据安全保护与产业创新发展的平衡提供了理论支持和参考借鉴。

（作者单位：北京联合大学）

《中国科学院战略生物资源计划2024年度工作报告》 开放获取(OA)图书上线发布

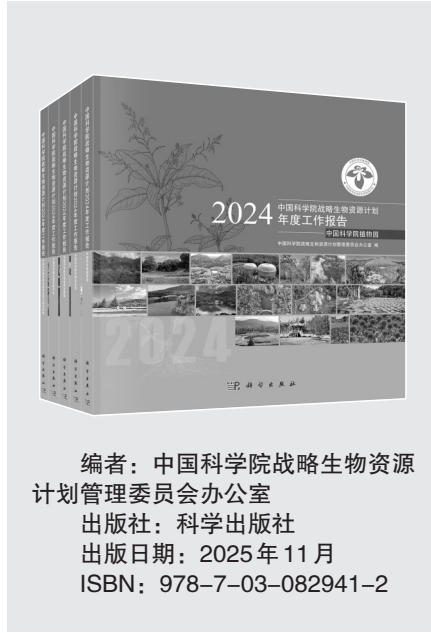
《中国科学院战略生物资源计划2024年度工作报告》（以下简称《报告》）开放获取（OA）图书近日正式上线发布。

战略生物资源作为保障国家生物安全与生物经济高质量发展的核心基石，是支撑生命科学基础研究、生物技术创新突破与生态文明建设推进的关键战略储备。中国科学院战略生物资源计划（BRP-CAS）自2016年启动以来，始终以我国生物资源保护与高效利用为核心使命，凭借统筹协调整合优质资源的核心优势，持续构建高效协同的战略生物资源收集、保藏与共享体系，成为我国战略生物资源领域的核心支撑力量。

《报告》系统整合了2024年度中国科学院五大核心保藏与研究网络——植物园、生物标本馆、生物遗传资源库、实验动物平台及生物多样性监测与研究网络，及其下属各组成单元的年度工作进展与核心成果，全面、立体地呈现了中国科学院战略生物资源在保藏管理、科技创新与社会服务三大维度的整体发展态势。《报告》的编撰旨在系统梳理BRP-CAS年度工作成效，深入总结实践经验与发展挑战，为后续战略部署与工作优化提供科学参考，同时为政府部门、科研机构、行业企业等社会各界，搭建了解我国战略生物资源保护与利用现状的权威交流平台。

值得关注的是，《报告》创新性地通过SciOABook平台向全社会公开发布。SciOABook是中国科技出版传媒股份有限公司（科学出版社）倾力打造的学术图书开放获取（OA）核心平台，致力于构建系统化、专业化、高品质的OA图书数据库与资源共享生态。平台依托先进的数字化技术，深度整合优质学术资源，为科研工作者提供高效出版、多渠道分发、学术影响力提升的一站式服务，助力科研成果的广泛传播与转化应用。

此次《报告》以OA形式发布，具



编者：中国科学院战略生物资源计划管理委员会办公室
出版社：科学出版社
出版日期：2025年11月
ISBN：978-7-03-082941-2

有多重核心价值：

其一，扩大成果传播广度：OA模式打破了传统出版的访问壁垒，提供免费开放的阅读与下载权限，显著拓宽读者覆盖范围，助力科研成果触达更广泛的受众群体，提升成果传播的深度与广度。

其二，提升学术影响力：OA模式大幅增强报告的学术可见度与可获取性，有效提升作者团队及研究成果的学术影响力与行业认可度，促进跨领域、跨机构的学术交流与合作。

其三，优化读者阅读体验：依托SciOABook平台的数字化技术支撑，OA图书在阅读界面、检索功能、内容呈现等方面实现全面优化，为读者带来更舒适、流畅、高效的阅读体验。

（中国科技出版传媒股份有限公司 钱俊 马俊 朱瑾 邵天瑞）